



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2007

**Stellenmarkt-Monitor 2007. Auszüge aus der Forschungsreihe
"Stellenmarkt-Monitor Schweiz" des Soziologischen Instituts der Universität
Zürich**

Salvisberg, Alexander

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-186866>

Newspaper Article

Published Version

Originally published at:

Salvisberg, Alexander. Stellenmarkt-Monitor 2007. Auszüge aus der Forschungsreihe "Stellenmarkt-Monitor Schweiz" des Soziologischen Instituts der Universität Zürich. In: NZZ-Mediadok, December 2007, 1-19.

STELLENMARKT-MONITOR | 2007



Auszüge aus der Forschungsreihe «Stellenmarkt-Monitor Schweiz» des Soziologischen Instituts der Universität Zürich

Seite 4

Vorwort

Seite 5

Trends auf dem Schweizer Stellenmarkt

Seite 6

Entwicklung des Stellenangebots

Seite 8

Stellenangebot nach Berufsgruppen

Seite 10

Qualifikationsanforderungen

Seite 12

Anforderungen an Soft Skills

Seite 14

Medienwahl für Stellenausschreibungen

Seite 16

Nutzung der Ausschreibungskanäle

Seite 18

Datenbasis und Methode

Seite 19

NZZexecutive: Der Kaderstellenmarkt
in Print und online

Liebe Leserin, lieber Leser

Der NZZ-Verlag hat seine Zusammenarbeit mit dem Projektteam «Stellenmarkt-Monitor Schweiz» am Soziologischen Institut der Universität Zürich fortgesetzt und legt Ihnen hier zum zweiten Mal einen Bericht über aktuelle Befunde und Entwicklungen im Stellenmarkt vor. Der «Stellenmarkt-Monitor» beruht auf grossen, repräsentativen Erhebungen, die jährlich durchgeführt und fortgeschrieben werden. Die neusten Ergebnisse belegen unter anderem die steigende Bedeutung internetbasierter

Stellenportale und die zunehmende Tendenz, Ausschreibungen in mehreren Medien gleichzeitig zu tätigen. Sehr deutlich geht aus den Resultaten hervor, dass die «Neue Zürcher Zeitung» und mit ihr die weiteren Produkte der «NZZ-Familie» zu den führenden Insertionsmedien für Stellenausschreibungen im Kaderbereich gehören.

Unter der Marke «NZZexecutive» bieten wir unseren Anzeigenkunden eine crossmediale Kaderstellenplattform mit einer breiten Palette an Insertionsmöglichkeiten an, die neben der «Neuen Zürcher Zeitung» und der «NZZ am Sonntag» weitere Qualitätstitel einschliessen. Die optimale Ergänzung zu unserem Print-Stellenmarkt ist das Online-Stellenportal «NZZexecutive.ch», mit dem sich schnell und unkompliziert

ein interessantes Potenzial von qualifizierten Fachkräften erreichen lässt. Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und interessante Erkenntnisse.

Werbemarkt NZZ und
NZZ Media – eine Filiale der Publicitas AG

Dezember 2007

Die Schweiz erlebt eine anhaltende konjunkturelle Expansion, die zunehmend auch den Stellenmarkt erfasst hat. Nach einer längeren Phase schwachen Wachstums wird seit etwa anderthalb Jahren wieder deutlich mehr Personal gesucht: Die Zahl der Stellenausschreibungen zeigt steil nach oben. Der Aufschwung ist breit abgestützt und betrifft die meisten Tätigkeitsbereiche, doch als eigentliche Motoren der Entwicklung erweisen sich die Produktion und die unternehmensbezogenen Dienstleistungen. Besonders stark angezogen hat der Bedarf an hochqualifizierten technischen Fachkräften und Finanzfachleuten, aber auch Informatiker und kaufmännische Angestellte profitieren überdurchschnittlich vom Aufschwung. Auffallend ist, dass selbst angesichts des sich akzentuierenden Mangels an bestimmten Fachkräften die Qualifikationsanforderungen keineswegs zurückgehen. Ganz im Gegenteil: Gerade in den besonders gefragten Berufen liegen diese Anforderungen 2007 höher denn je. Dies gilt nicht nur für die Ausbildung, sondern auch Berufserfahrung, überfachliche Qualitäten und persönliche «Arbeitstugenden» gewinnen an Wichtigkeit. Dabei profitieren nicht ausschliesslich hochqualifizierte Berufsleute vom Aufschwung: So hat etwa auch das Stellenangebot für Reinigungs- und Verkaufspersonal seit dem letzten Jahr stark zugenommen.

Für die betriebliche Personalplanung und Personalsuche in den Kernbereichen der Wirtschaft stellt sich heute eine doppelte Herausforderung: Einerseits lässt die ungebrochene Dynamik der technologischen und organisatorischen Neuerungen in vielen Tätigkeitsfeldern die Anforderungen an die Qualifikation weiter steigen. Andererseits erhöht sich mit der wirtschaftlichen Expansion auch der gesamtwirtschaftliche Bedarf an Fachkräften. Aus der Sicht der Betriebe wird es dadurch erheblich schwieriger, einschlägig qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden. Während das Stellenangebot wächst, wird die Personalwerbung zugleich intensiver und aufwendiger: Personalberater verzeichnen Umsatzrekorde, die verschiedenen Ausschreibungskanäle werden verstärkt parallel genutzt, in der Presse werden grössere Inserate geschaltet, und manche Unternehmen richten ihren Angestellten für die Vermittlung spezifisch qualifizierter Mitarbeiter Prämien aus.

Die vorliegende Broschüre fasst einige aktuelle Befunde zur Entwicklung des Schweizer Stellenmarktes zusammen. Der Stellenmarkt-Monitor Schweiz am Soziologischen Institut der Universität Zürich beobachtet und analysiert langfristige Verschiebungen und aktuelle Trends des betrieblichen Personalbedarfs anhand von öffentlich ausgeschriebenen Stellen. Als Basis dient eine repräsentative Erhebung von Stellenausschreibungen aus der Presse und dem Internet, die jährlich aktualisiert wird (methodische Erläuterungen dazu auf Seite 18). Die so gewonnenen Angaben erlauben detailreiche Analysen der ausgeschriebenen Stellen, der nachgefragten Qualifikationen, der personalsuchenden Unternehmen und der genutzten Inserierungsmedien. Mittlerweile wurde die Erhebungsgrundlage weiter ausgebaut, so dass nun erstmals auch das Stellenangebot aus Internet-Stellenportalen umfassend einbezogen werden kann. Wir freuen uns, in Zusammenarbeit mit dem Verlag der «Neuen Zürcher Zeitung» wiederum eine Auswahl unserer Ergebnisse präsentieren zu können.

Stellenmarkt-Monitor Schweiz
Alexander Salvisberg

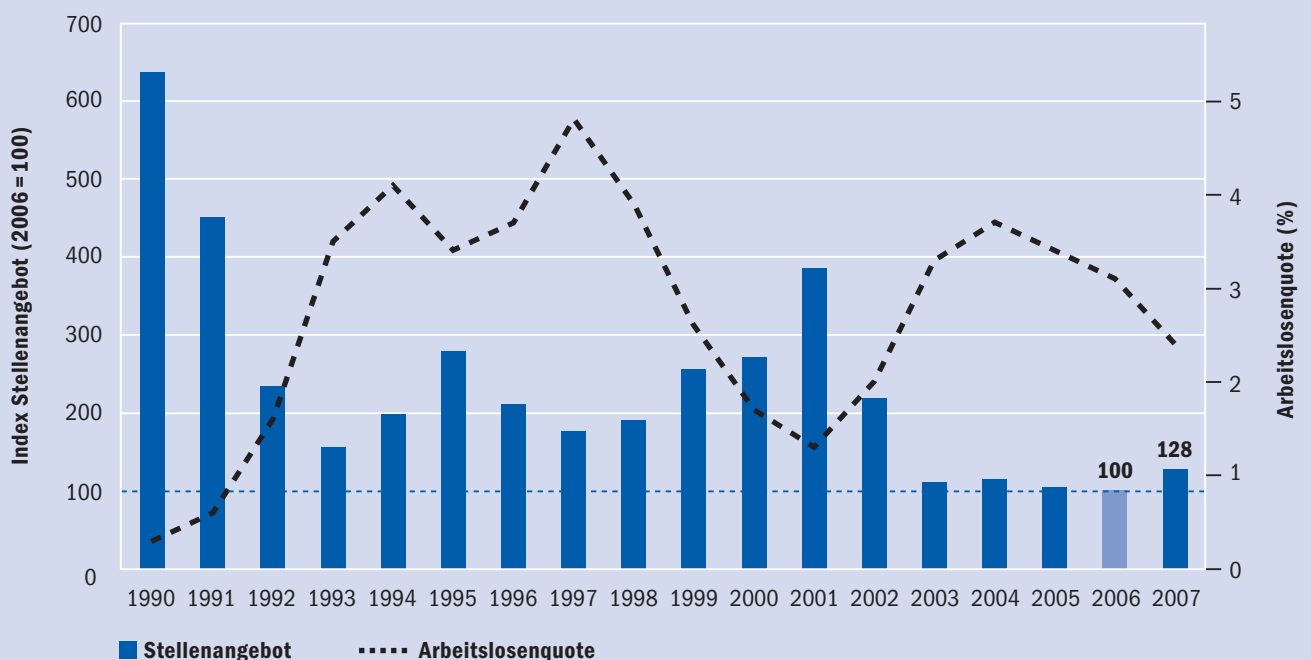
ENTWICKLUNG DES STELLENANGEBOTS

6 Der Stellenmarkt-Monitor Schweiz führt auf repräsentativer Basis jährliche Auszählungen zur Zahl der Stellenangebote in Internet und Presse durch, die es ermöglichen, das konjunkturelle Auf und Ab im Stellenmarkt über einen grösseren Zeitraum nachzuzeichnen. Die Entwicklung des Stellenangebots in den Printmedien der Deutschschweiz (Abbildung 1) illustriert die ausgesprochen starken Schwankungen des Gesamtvolumens an ausgeschriebenen Stellen.

So waren im Boomjahr 1990 mehr als sechsmal so viele Stelleninserate erschienen wie im Vergleichsjahr 2006. Um die Jahre 1995 und, deutlicher noch, 2001 zeigen sich arbeitsmarktliche Erholungsphasen, freilich ohne dass das Stellenangebot in der Presse wieder das Niveau von 1990 erreicht hätte. Auf die letzte Erholung von 2001 folgt eine vergleichsweise lang anhaltende Stagnation auf tiefem Niveau. Erst im Verlauf des letzten Jahres ist der Presseindex wieder deutlich von 100 auf 128 Punkte angestiegen. Sehr anschaulich zeigt sich die spiegelbildliche Entwick-

lung von Stellenangebot und Arbeitslosenquote (März-Zahlen gemäss Seco). Dieser Vergleich mit den Arbeitslosen Zahlen weist aber auch darauf hin, dass im 21. Jahrhundert die Anzahl Stelleninserate in der Presse auffallend tief sind. Ein wesentlicher Grund dafür ist die wachsende Bedeutung des Internets als Medium der Personalsuche.

■ ABBILDUNG 1: STELLENANGEBOTE IN DER PRESSE 1990–2007



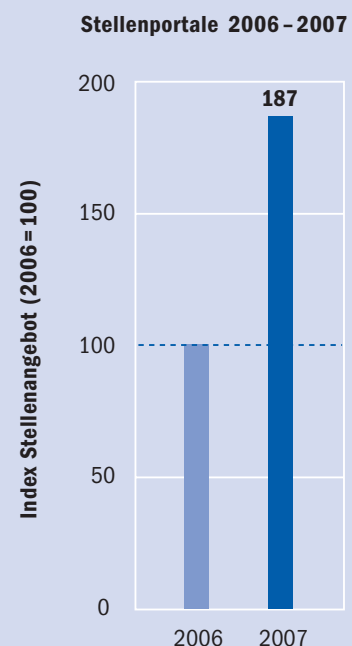
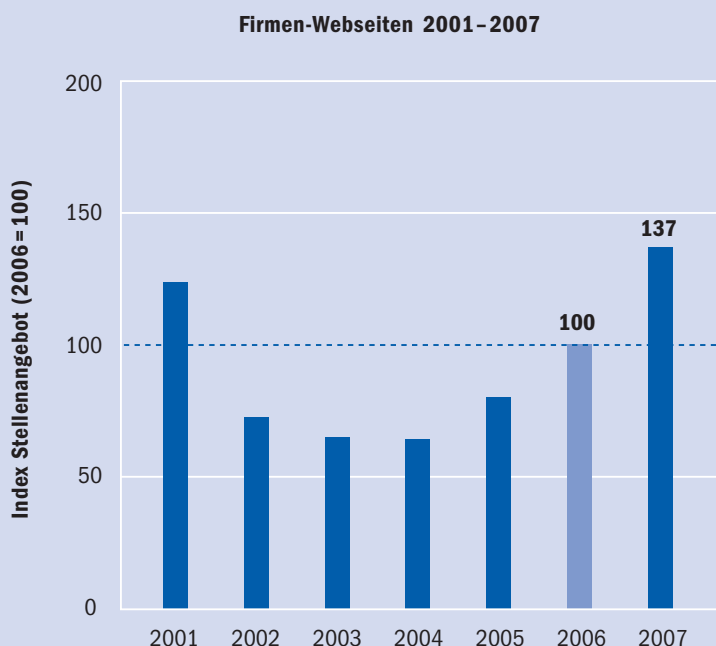
Die Entwicklung des Stellenangebots auf firmeneigenen Webseiten seit 2001 ist in Abbildung 2 auf der linken Seite dargestellt. Während im Anschluss ans konjunkturelle Hoch von 2001 zunächst wie bei der Presse ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen ist, folgt ab 2004 eine markante Zunahme, die auch im letzten Jahr die Entwicklung bei den Printmedien übertrifft. Dies ist Ausdruck davon, dass eine wachsende Zahl von Unternehmen diesen relativ kostengünstigen Weg der Personalsuche nutzt.

Nachdem es für grössere Unternehmen schon längst selbstverständlich ist, ihre offenen Stellen auf der eigenen Webseite auszuschreiben, sind es nun zunehmend auch kleine Firmen, die dafür das Internet nutzen.

Am stärksten erhöht hat sich indes die Zahl der Stellenausschreibungen

auf internetbasierten Stellenportalen, deren Anzahl sich gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt hat (Abbildung 2, rechte Seite). Dank der stark wachsenden Personalsuche ist die Zahl der ausgeschriebenen Stellen somit für alle drei heute massgeblichen Ausschreibungs Kanäle stark angewachsen. Die beiden Internetkanäle haben davon zwar stärker profitiert als die Presse, die dieses Jahr aber erstmals seit längerem auch wieder deutlich zugelegt hat.

■ **ABBILDUNG 2: STELLENANGEBOTE IM INTERNET**



STELLENANGEBOT NACH BERUFSGRUPPEN

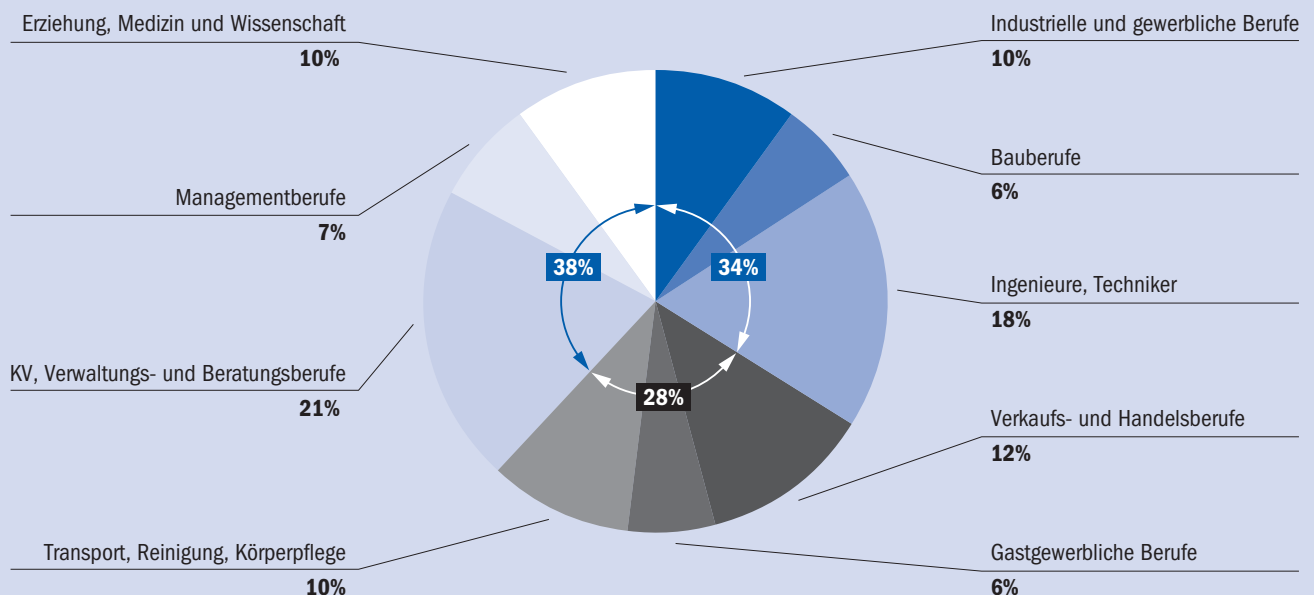
8

Eine Aufgliederung des gesamten Stellenmarktes (Presse und Internet) des Jahres 2007 nach Berufsgruppen zeigt ein breit abgestütztes Spektrum an ausgeschriebenen Stellen aus verschiedenen Tätigkeitsbereichen (Abbildung 3). 38% der Stellenangebote entfallen auf den Bereich unternehmensbezogener, administrativer und sozialer Dienstleistungen. Nur wenig

kleiner (34%) ist der Bereich industriell-gewerblicher und technischer Berufe. An dritter Stelle, mit 28% der ausgeschriebenen Stellen, folgen schliesslich die weniger anspruchsvollen Dienstleistungstätigkeiten Verkauf, Gastgewerbe, Transport und Reinigung. Bezeichnend für den aktuellen Stellenmarkt ist neben der regen Nachfrage nach Fachleuten aus anspruchsvollen Dienstleistungsberufen vor allem auch die grosse Zahl der Stellenangebote, die sich an Ingenieure und Techniker richten. Obschon in diesem Berufsfeld die Nachfrage

das Angebot schon seit langem weit übersteigt, zeichnet sich also keine Entspannung ab, was mit den meist ausgesprochen hohen Anforderungen dieser Stellen zusammenhängen dürfte (vgl. dazu Abbildung 6).

■ **ABBILDUNG 3: STELLENANGEBOTE NACH BERUFSGRUPPEN (2007)**

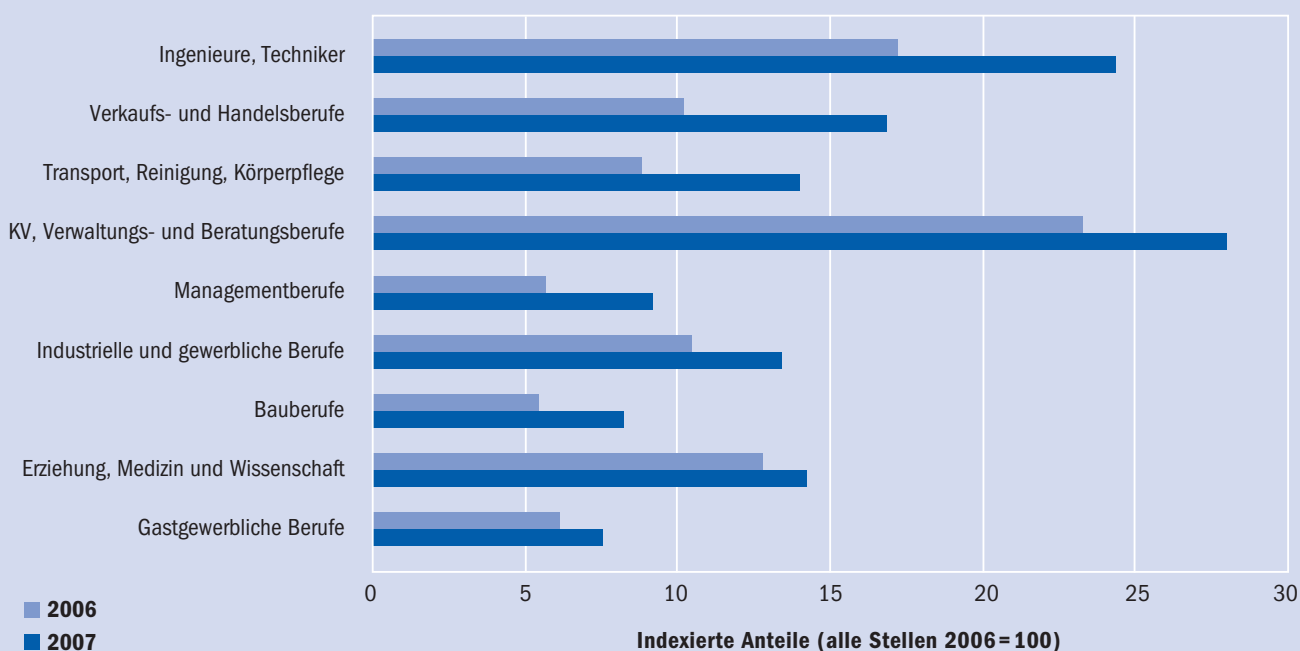


Zwischen 2006 und 2007 ist das Stellenangebot der Schweizer Wirtschaft um insgesamt gut einen Drittel gewachsen. Davon haben alle Berufe profitiert, allerdings in unterschiedlichem Ausmass. Abbildung 4 vergleicht die jüngste Entwicklung des Stellenangebots für verschiedene Berufsgruppen. In absoluten Zahlen am grössten ist die Zunahme gegenüber dem Vorjahr bei der Kategorie der Ingenieure und Tech-

niker (neben den Ingenieurberufen im engeren Sinne legten hier vor allem die Informatiker zu), bei den Handels- und Verkaufsberufen (v. a. Verkäufer) und im Bereich Transport, Reinigung und Körperpflege (v. a. Reinigungsberufe) sowie im kaufmännischen Bereich (v. a. kaufmännische Angestellte und Bankfachleute). In den primär sozialen Diensten Erziehung, Medizin und Wissenschaft sowie bei den gastgewerblichen Berufen war die Zunahme leicht unterdurchschnittlich. Dabei handelt es sich um zwei Bereiche, die traditionell weniger

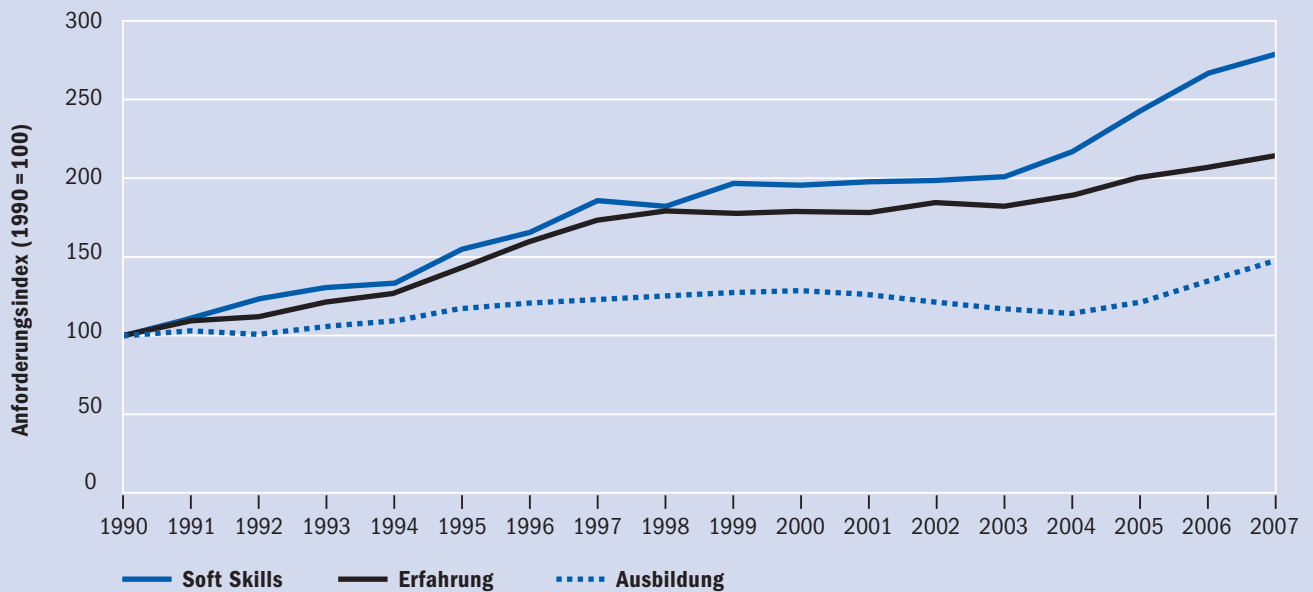
ausgeprägt auf Konjunkturausschläge reagieren als andere Berufsgruppen. Bezeichnend für eine Phase des Aufschwungs ist die starke Belebung der Personalnachfrage im Produktionsbereich, wo ausser den Ingenieuren auch wiederum vermehrt Fachkräfte aus den industriell-gewerblichen Berufen gesucht werden.

■ ABBILDUNG 4: TRENDS DER BERUFSGRUPPEN (2006–2007)

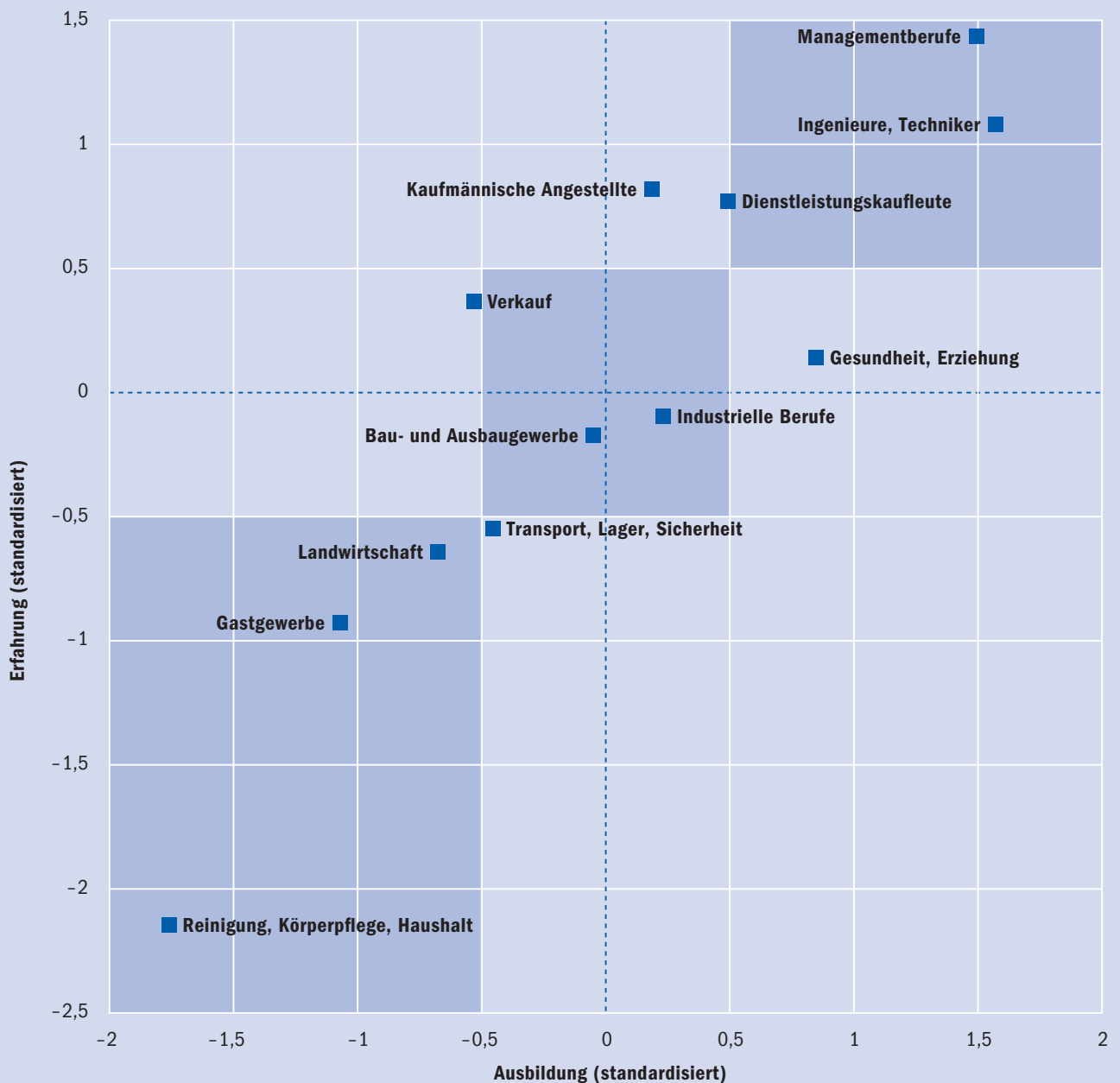


- 10 Über die Jahre verschiebt sich die Zusammensetzung des Stellenangebots nach Berufen merklich: Gewisse Bereiche gewinnen langfristig an Bedeutung, während in anderen immer weniger Personal gesucht wird. Da sich die Qualifikationsanforderungen der Berufe deutlich unterscheiden (vgl. dazu Abbildungen 6 und 7), wirkt sich der Wandel der Berufsstruktur auch auf die durchschnittlich geforderten Qualifikationen auf dem Stellenmarkt aus. Darüber hinaus beobachten wir aber auch eine langfristige Steigerung der Anforderungen innerhalb der einzelnen Berufe. Beide Entwicklungen zusammen führen dazu, dass sich das durchschnittliche Qualifikationsprofil der ausgeschriebenen Stellen im Zeitverlauf merklich verschiebt. Abbildung 5 zeigt die Entwicklung in drei Qualifikationsdimensionen seit 1990. Die gewählte Indexdarstellung macht die jeweiligen Trends erkennbar. In den beobachteten 18 Jahren steigen die durchschnittlichen Anforderungen an die zertifizierte Ausbildung um rund 50%, bei der Erfahrung sind es gut 120%, und die Soft-Skills-Anforderungen nehmen sogar um 180% zu. Die Anforderungen an die Ausbildung sind ungeachtet des bereits hohen Ausgangsniveaus weiter gestiegen. Sehr viel stärker haben sich allerdings die Anforderungen an die Erfahrung und die unter dem Begriff der Soft Skills zusammengefassten persönlichen Stärken, Arbeitstugenden sowie sozialen und motivationalen Kompetenzen erhöht. Für den Zugang zu einem wachsenden Teil des Stellenmarkts ist eine gute Ausbildung zwar offenbar unabdingbar, diese allein genügt aber zugleich immer weniger. Der seit 2004 zunehmend angespannte Arbeitsmarkt und die entsprechend verschärfte Konkurrenz um gute Fachkräfte hat die Betriebe dabei keineswegs veranlasst, ihre Anforderungen etwas zu senken. Ganz im Gegenteil: Seit 2004 ist in allen drei Bereichen eine weitere Erhöhung der Ansprüche an die Stellenbewerber festzustellen.
- Berufe unterscheiden sich voneinander nicht nur bezüglich des Tätigkeitsbereichs, sie stellen auch spezifische Anforderungen an die Qualifikation der Arbeitskräfte. Abbildung 6 illustriert die grossen Differenzen in den Anforderungen an Ausbildung und Erfahrung für zwölf Berufsgruppen. Auffallend ist, dass die betrieblichen Anforderungen bezüglich dieser beiden Qualifikationsdimensionen sehr eng miteinander verknüpft sind: Zusammen mit dem geforderten Ausbildungsniveau steigt die Wahrscheinlichkeit, dass zusätzlich auch Berufserfahrung verlangt wird, stark an. Der Nullpunkt des dargestellten Koordinatensystems steht für die durchschnittlichen Qualifikationsanforderungen über den ganzen Arbeitsmarkt. Nahe beim Durchschnittswert sind die industriellen und gewerblichen Berufe angesiedelt. Deutlich überdurchschnittlich anspruchsvoll sind demgegenüber die Berufe im Gastgewerbe, in der Landwirtschaft und am ausgeprägtesten im Bereich Reinigung, Körperpflege und Haushalt (unten links). Die restlichen Berufsfelder bewegen sich in der einen Qualifikationsdimension im Durchschnittsbereich, zeigen in der anderen Dimension aber erhöhte (kaufmännische Angestellte, Dienstleistungskaufleute, Berufe in Gesundheit und Erziehung) oder reduzierte (Berufe im Verkauf und in Transport, Lager, Sicherheit) Anforderungen.

■ **ABBILDUNG 5: TRENDS DER QUALIFIKATIONSANFORDERUNGEN AUF DEM STELLENMARKT 1990-2007 (PRESSE)**

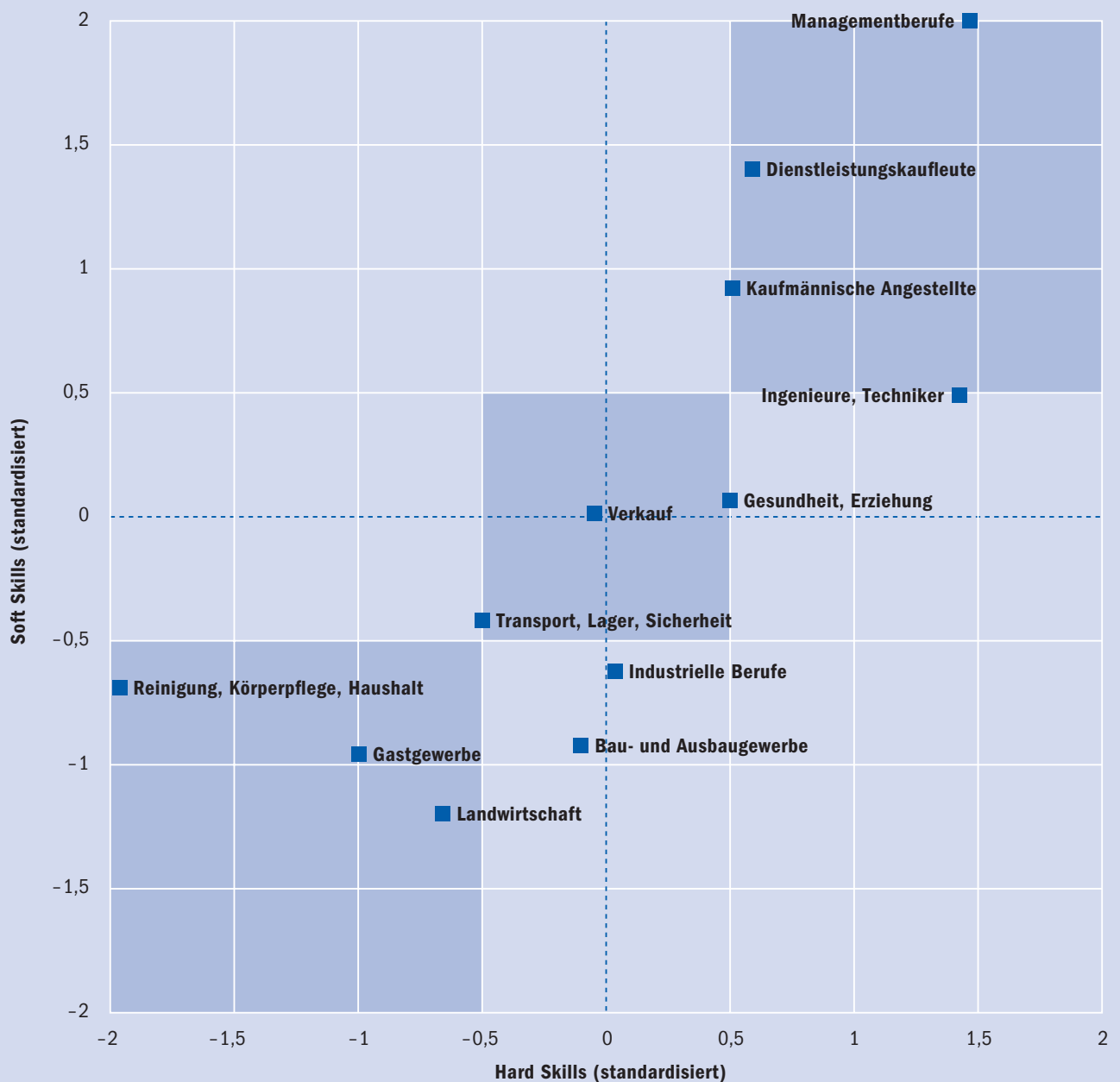


■ **ABBILDUNG 6: ANFORDERUNGEN AN AUSBILDUNG UND ERFAHRUNG NACH BERUFSGRUPPEN (2006/2007)**



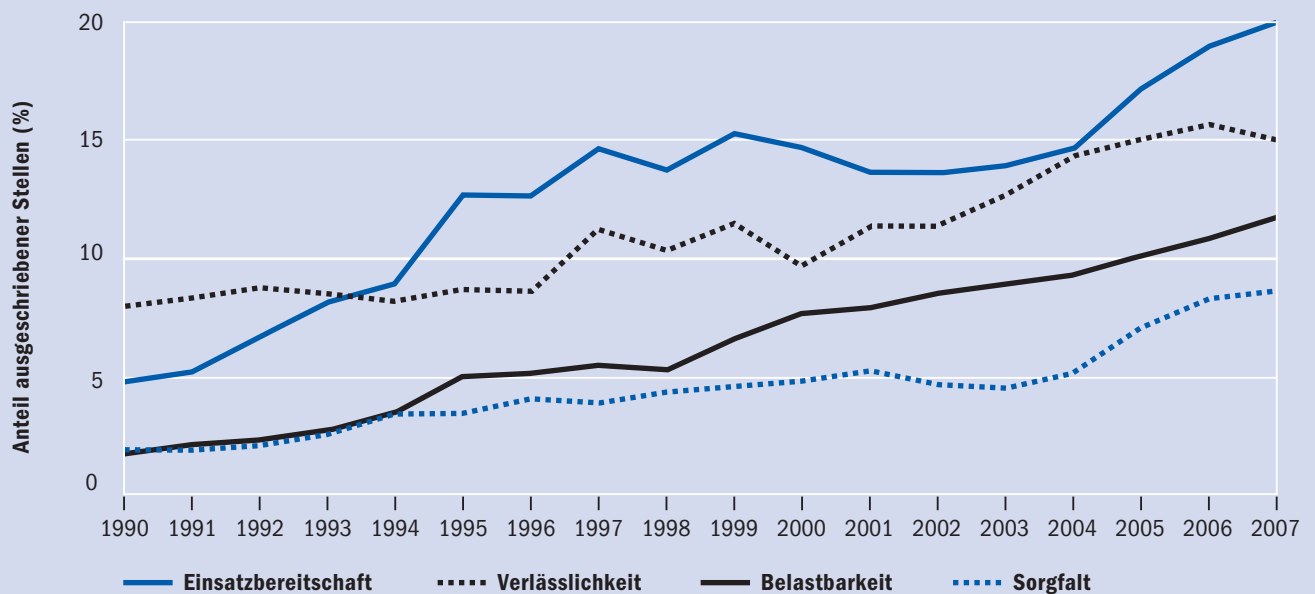
- 12 Der langfristige Anstieg der durchschnittlichen betrieblichen Anforderungen beschränkt sich nicht auf Ausbildung und Erfahrung, vielmehr werden auch verschiedene Soft Skills immer häufiger verlangt (siehe Abbildung 5). Soft Skills umschreiben persönliche Tugenden, Stärken und Kompetenzen, die sich nicht oder nur sehr beschränkt in einem zertifizierten Abschluss nachweisen und benoten lassen. Dazu zählen insbesondere Leistungswille und Sorgfalt, Zuverlässigkeit und Motivation, soziale Kompetenz und Führungseigenschaften oder auch Innovationsfähigkeit und Kreativität. Abbildung 7 vergleicht nun diese Anforderungen mit den Anforderungen an Hard Skills (Ausbildung und Erfahrung) in zwölf Berufsgruppen. Ähnlich wie für den Zusammenhang zwischen Ausbildung und Erfahrung zeigt sich auch hier eine grosse Parallelität von Hard- und Soft-Skill-Anforderungen. Auf beiden Dimensionen ausgesprochen anspruchsvolle Tätigkeiten (Management, Dienstleistungskaufleute, kaufmännische Angestellte) stehen durchschnittlichen Bereichen (Verkauf, Gesundheit und Erziehung, Transport, Lager, Sicherheit) und deutlich weniger anspruchsvollen Berufen (Reinigung, Gastgewerbe, Landwirtschaft) gegenüber. Etwas ausserhalb dieser Kategorien finden sich lediglich die industriellen und (bau)gewerblichen Berufe sowie die Ingenieure und Techniker. In diesen primär fachtechnisch geprägten Berufen liegen die Soft-Skill-Anforderungen klar tiefer, als das vom Hard-Skill-Niveau her zu erwarten wäre.
- Zum weiten Bereich der Soft Skills gehören auch «klassische» Arbeitstugenden. Dazu zählen Anforderungen der Erwerbsarbeit, die eng mit der traditionellen Arbeitnehmerrolle verknüpft sind. Diese besteht darin, eine vorgegebene Aufgabe – oft auch unter Zeitdruck – zuverlässig, effizient und sorgfältig zu erledigen.
- In Abbildung 8 sind vier Bereiche von Arbeitstugenden unterschieden: Einsatzbereitschaft (früher meist schlicht «Fleiss» genannt), Verlässlichkeit (Zuverlässigkeit, Verantwortungsbewusstsein), Belastbarkeit und Sorgfalt (Genauigkeit, Pünktlichkeit, Effizienz). Auffallend ist, dass alle vier Kategorien von Tugenden im Beobachtungszeitraum eine deutlich wachsende Verbreitung zeigen. Dabei wird dieser Trend seit der Jahrhundertwende nochmals beschleunigt. Die viel diskutierten modernen Soft Skills wie etwa Team- und Kommunikationsfähigkeiten, Dynamik, Innovations- und Managementfähigkeiten usw. lösen also die altbekannten Arbeitstugenden keineswegs ab. Viel eher gewinnen diese «Klassiker» in der heutigen Arbeitswelt noch zusätzlich an Bedeutung. Dieser Befund aus den Stelleninseraten deckt sich im Übrigen mit Erkenntnissen aus Arbeitgeberbefragungen, welche immer wieder die anhaltende Wichtigkeit der klassischen Arbeitstugenden unterstreichen – und zugleich hervorheben, dass diese überhaupt nicht (mehr) als selbstverständlich vorausgesetzt werden können.

■ ABBILDUNG 7: ANFORDERUNGEN AN HARD SKILLS UND SOFT SKILLS NACH BERUFSGRUPPEN (2006/2007)



13

■ ABBILDUNG 8: ANFORDERUNGEN AN ARBEITSTUGENDEN 1990-2007 (PRESSE)



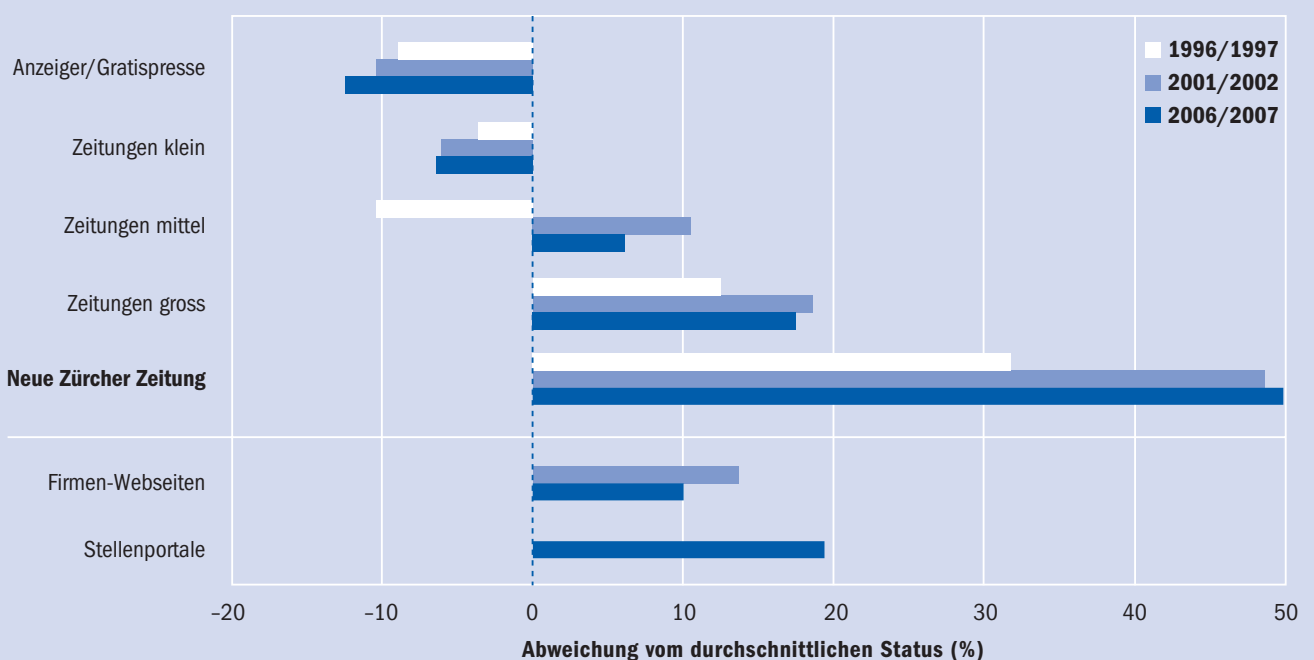
14

Aufgrund der engen Verknüpfung zwischen Beruf, Bildungsniveau und Einkommen lässt sich eine hierarchische Skala erstellen, welche jedem Beruf einen Statuswert zuordnet: Je anspruchsvoller und besser bezahlt eine berufliche Tätigkeit im Durchschnitt ist, desto höher ist der dem Beruf zugeordnete Statuswert (International Socio-Economic Index of Occupational Status, ISEI). Abbildung 9 vergleicht verschiedene Medien anhand der durchschnittlichen Statuswerte der darin ausgeschriebenen Stellen. Bei den Pressetiteln werden dabei Anzeiger und Gratispresse unterschieden von Zeitungstiteln in kleiner (unter 20 000), mittlerer

(20 000–75 000) und grosser (über 75 000) Auflage. Separat ausgewiesen wird die zu den grossen Titeln zählende «Neue Zürcher Zeitung». Im Zeitvergleich fällt dabei auf, dass die Anzeiger/Gratispresse und die kleinen Zeitungen in Bezug auf den Berufsstatus mehr und mehr zurückfallen, während bei den mittleren und grossen Zeitungen kein eindeutiger Trend auszumachen ist. Es sind durchgehend die grösseren Zeitungen, in welchen auch die attraktiven Stellenangebote mit statusmässig höher bewerteten Berufen zu finden sind. Die bedeutenden Unterschiede zwischen den grossen Zeitungen

illustriert der Vergleich mit der «Neuen Zürcher Zeitung»: In dieser werden die Stellen mit noch weit höheren durchschnittlichen Statuswerten inseriert als in anderen grossen Zeitungen. Die neuen Ausschreibungsmedien auf dem Internet – firmeneigene Webseiten und Stellenportale – erreichen dabei etwa das Niveau grösserer Zeitungstitel. Der leichte Rückgang des Wertes auf Firmen-Webseiten im Fünfjahresvergleich ist Ausdruck der wachsenden Verbreitung dieses Mediums: Firmen-Webseiten werden bei der Personalsuche zunehmend auch von kleineren Betrieben, etwa im Gastgewerbe, und für alle Arten von Stellen eingesetzt.

■ **ABBILDUNG 9: BERUFSSTATUS IM MEDIEN- UND PERIODENVERGLEICH**

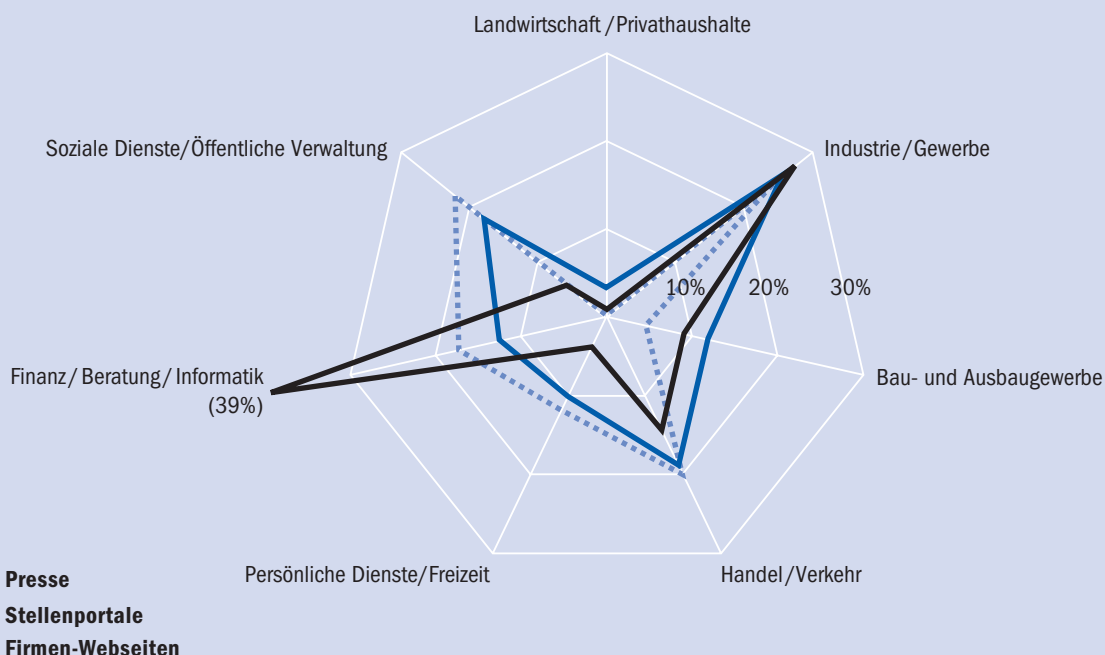


Die einzelnen Branchen unterscheiden sich nicht nur im Umfang ihres Stellenangebots, sondern teilweise auch hinsichtlich der bevorzugt genutzten Ausschreibungsmedien (Abbildung 10). Stellenangebote von landwirtschaftlichen Betrieben und Privathaushalten finden sich nach wie vor fast ausschliesslich in der Presse. Dass in diesen Branchen keine firmeneigenen Webseiten anzutreffen sind, erstaunt wenig, doch auch die Stellenportale haben hier bisher

kaum Fuss gefasst. Auch das Bau- und Ausbaugewerbe bevorzugt offenbar die Presse als Medium der Personalsuche. Neben der Industrie, auf die in allen drei Medien etwa derselbe Anteil entfällt, sind auf den Firmen-Webseiten die sozialen Dienste und die öffentliche Verwaltung von besonderer Bedeutung. So unterhalten unterdessen fast alle Gemeinden und Kantone, aber auch grössere Institutionen wie Spitäler nicht nur ihre eigenen Internetseiten, sondern schreiben dort auch laufend die freien Stellen aus. Der öffentliche Bereich ist auch in der Presse gut vertreten, spielt aber bei den Stellenportalen nur eine

bescheidene Rolle. Dafür ist hier mit deutlichem Abstand der grösste Anteil aus dem Bereich Finanz, Beratung und Informatik zu finden. Es handelt sich dabei übrigens um eine Branche, die ihre offenen Stellen ausgesprochen häufig sowohl auf der eigenen Webseite, als auch auf einem Stellenportal ausschreibt (vgl. dazu Abbildung 12).

■ **ABBILDUNG 10: PERSONALSUCHEDE BRANCHEN IM MEDIENVERGLEICH (2006/2007)**



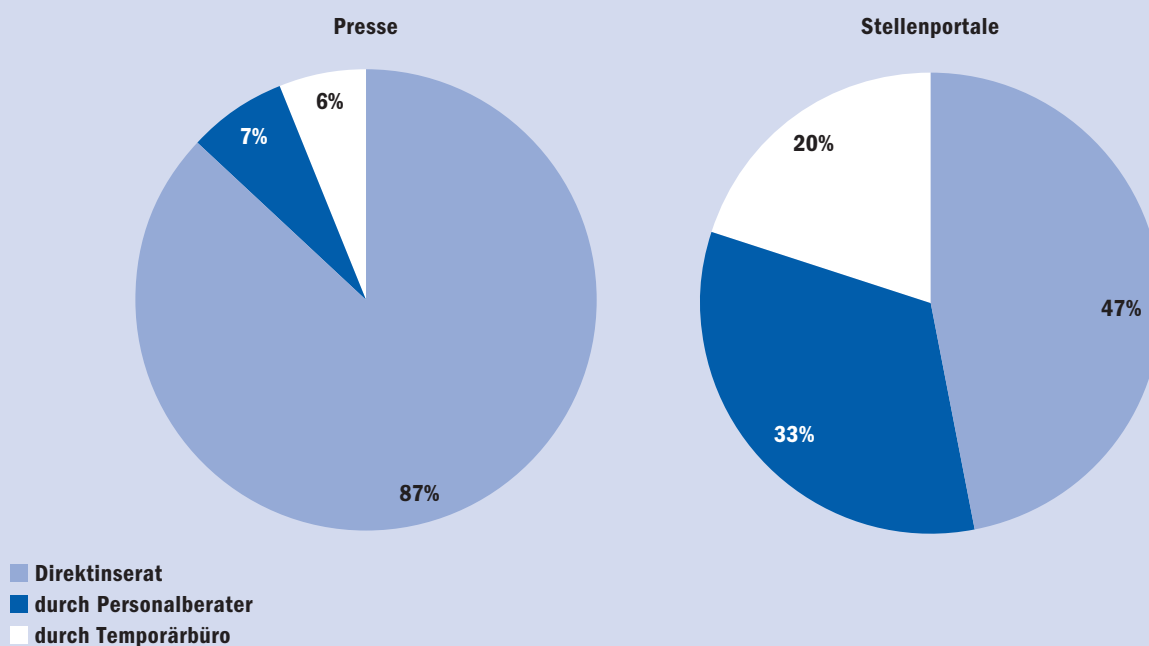
16

Neben der Möglichkeit, eine Stelle direkt auszuschreiben, können personal-suchende Betriebe auch den Weg über einen Personalberater oder ein Vermittlungsbüro für Temporärstellen wählen. Ein Blick auf Abbildung 11 zeigt, dass bezüglich der Nutzung durch Personalvermittler ein massiver Unterschied zwischen Presseinseraten und Stellenportalen besteht. Werden in der Presse

fast 90% der Stellen direkt inseriert, stammt auf Stellenportalen mehr als die Hälfte der Stellenangebote von Personaldienstleistern. Aufgrund der Regelmässigkeit und des Volumens an Ausschreibungen ergeben sich für die direkte Zusammenarbeit von Vermittlern und Stellenportalen gegenseitige Vorteile in Bezug auf Arbeitsaufwand und Preis, die offenbar gerne genutzt werden. Die Dienste von Personalberatern werden vor allem bei der Besetzung von höheren Kaderpositionen und bei der Suche nach Ingenieuren, Bankfachleuten, kaufmännischen Angestellten und

Informatikern in Anspruch genommen. Temporärbüros suchen in erster Linie Arbeitskräfte des Bau- und Ausbaugeswerbes, Mechaniker und – in geringerem Masse – Personal in Verkauf und Handel sowie kaufmännische Angestellte.

■ **ABBILDUNG 11: BEDEUTUNG DER STELLENVERMITTLUNG IN DER PRESSE UND AUF STELLENPORTALEN (2006/2007)**

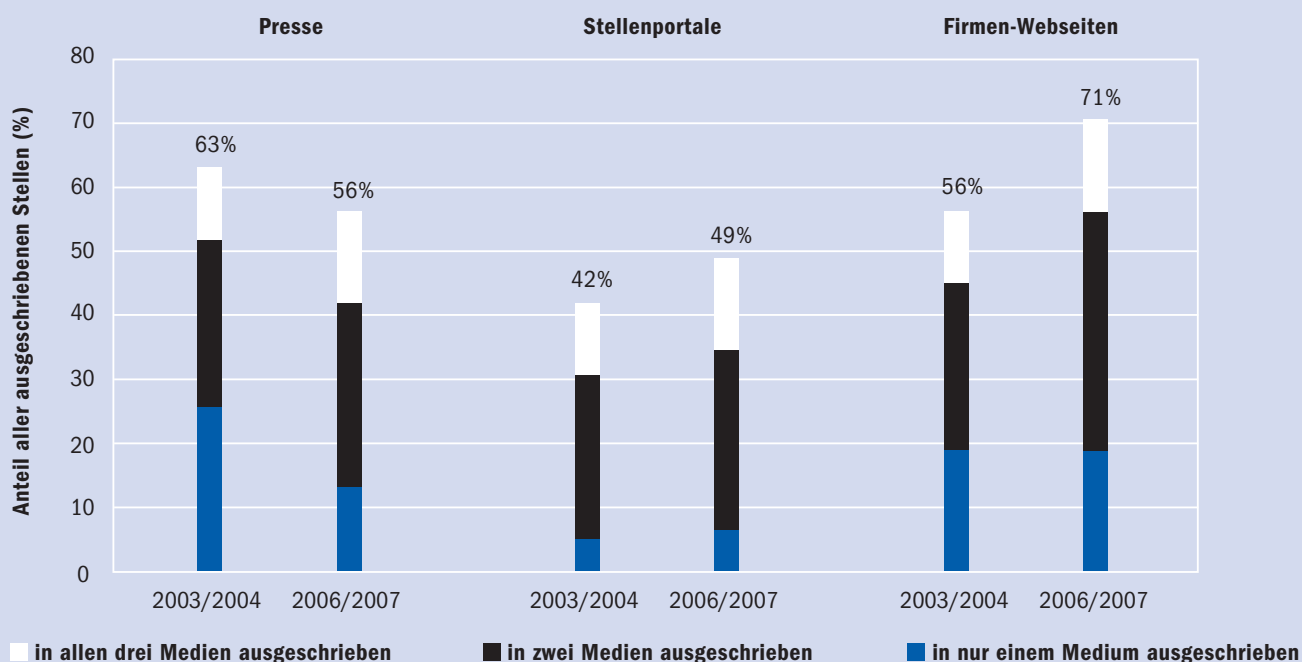


Im Internet-Zeitalter stellt sich für einen Betrieb nicht nur die Frage, ob für die Personalsuche dieses oder jenes Medium gewählt werden soll. Immer häufiger geht es darum, zu entscheiden, welche Kombination von Medien für welche Stelle das optimale Resultat verspricht. Die Angaben aus der Unternehmensbefragung des Stellenmarkt-Monitors erlauben es, die Anteile an Stellen abzuschätzen, welche gleichzeitig über mehrere Kanäle ausgeschrieben werden. Abbildung 12 veranschaulicht die entsprechenden Zahlen im Zeitvergleich. Insgesamt ist von 2003/04 zu

2006/07 der Anteil der in der Presse ausgeschrieben Stellen etwas zurückgegangen; die Stellenportale, und stärker noch die Firmen-Webseiten, haben zugelegt. Der Anteil Stellen, der ausschliesslich in der Presse inseriert wird, halbiert sich im Vergleichszeitraum, gleichzeitig ändern sich aber die entsprechenden Anteile auf den Firmen-Webseiten oder den Stellenportalen nur geringfügig. An Bedeutung gewinnen jedoch die Mehrfachausreibungen: In den Jahren 2003/04 erschienen 50% aller Stellen in mehreren Medien, 2006/07 sind es bereits 62%. Insbesondere sind es die Überschneidungsbereiche mit den Firmen-Webseiten, die

wachsen. Auf den Firmenseiten erscheinen 2006/07 denn auch über 70% aller Stellen. Parallel zur beinahe schon selbstverständlichen Platzierung einer offenen Stelle auf der eigenen Webseite wird also immer häufiger ein weiteres Medium genutzt, oder eine Stelle wird sogar auf allen drei Kanälen inseriert. Dies kann auch als ein Anzeichen des deutlich anziehenden Arbeitsmarktes interpretiert werden, wo mindestens für gewisse Positionen wieder intensivere Anstrengungen für die Personalwerbung notwendig sind.

ABBILDUNG 12: STELLENMARKTANTEILE DER AUSSCHREIBUNGSMEDIEN IM ZEITVERGLEICH



Der Stellenmarkt-Monitor Schweiz des Soziologischen Instituts der Universität Zürich (Lehrstuhl Prof. Dr. Marlis Buchmann) befasst sich mit der kontinuierlichen Beobachtung und Analyse des Stellenmarktes in der Presse und auf dem Internet. Ausführlichere Informationen dazu finden sich unter www.stellenmarkt-monitor.ch.

Grundlage für die hier präsentierten Zahlen und Einschätzungen bilden vier Erhebungen, die jedes Jahr fortgeführt werden:

1. Die Presse-Erhebung erfasst seit 1950 jährlich eine repräsentative Stichprobe von gut 650 Stellenangeboten aus der Deutschschweizer Presse. Die Erhebung findet jeweils in der zweiten Märzwoche statt und umfasst seit 2006 auch die Romandie und das Tessin.

2. Die Erhebung des Stellenangebots auf Firmen-Webseiten umfasst eine repräsentative Auswahl von jährlich rund 650 Stellenangeboten von firmeneigenen Internetseiten. Sie beruht auf einer Stichprobe von rund 1100 Unternehmen aus der ganzen Schweiz und wird seit 2001 jeweils parallel zur Presse-Erhebung durchgeführt.

3. Die Erhebung des Stellenangebots auf internetbasierten Stellenportalen schliesst alle Portale ein, die einen nennenswerten Anteil an ausgeschriebenen Stellen auf sich vereinen. Die jährliche Stichprobe mit derzeit rund 430 Stellenangeboten wird ebenfalls in der zweiten Märzwoche erfasst.

4. Seit 2001 wird unter den 1100 Unternehmen, welche die Basis des Webseiten-Panels bilden, zusätzlich eine jährliche Firmenbefragung durchgeführt, wobei der thematische Fokus seit 2003 jeweils auf der Nutzung unterschiedlicher Kanäle der Stellenausschreibung liegt: Presse, firmeneigene Webseiten sowie Stellenportale im Internet. Bei einem Rücklauf von rund 60% beruhen die diesbezüglichen Auswertungen auf den Angaben aus gut 600 Unternehmen und Organisationen pro Jahr.

Für die vorliegenden Auswertungen wurden Lehr- und Praktikumsstellen (Ausnahmen: Abbildungen 1–3, 11 und 12) sowie Stellenangebote mit ungenügenden oder nicht klassifizierbaren Angaben ausgeschlossen. Die Abbildungen 1–3 beruhen nicht auf den Stichprobenerhebungen, sondern auf den vollständigen Auszählungen der in der Stichwoche pro Kanal inserierten Stellen. Wenn bei den Abbildungen nicht anders vermerkt, sind für die Jahre 2006 und 2007 jeweils Stellenausschreibungen von allen drei Kanälen berücksichtigt. Die Presseauswertungen für frühere Jahre beschränken sich jeweils auf die Deutschschweiz, da die Presse der französisch- und italienischsprachigen Schweiz erst ab 2006 erfasst ist. Für die Darstellung der Zeitverläufe (Abbildungen 5 und 8) wurden gleitende Dreijahresmittelwerte gewählt. Wie bei jeder Stichprobenerhebung sind auch die hier dargestellten Resultate mit einer statistischen Unschärfe behaftet; die in den Erläuterungstexten interpretierten Unterschiede und Befunde sind aber statistisch durchwegs gesichert.

NZZexecutive

Der Kaderstellenmarkt
der «Neuen Zürcher Zeitung»
und der «NZZ am Sonntag»

NZZexecutivePlus

NZZexecutive, erweitert
durch die «Handelszeitung»

NZZexecutiveBusinessCombi

NZZexecutive, erweitert
durch «Le Temps»

NZZexecutive.ch

Das Online-Stellenportal der NZZ
für Kader und Fachspezialisten

Ihre Ansprechpartner bei NZZ Media

Walter Vontobel
Leiter NZZ Media
wvontobel@nzzmedia.ch
Telefon 044 258 13 55

Stefanie Oechsli-Dinges
Leiterin Rubrikenmarkt
soechsli@nzzmedia.ch
Telefon 044 258 13 00

Tino Grimm
Kundenberater NZZexecutive
und NZZexecutive.ch
tgrimm@nzzmedia.ch
Telefon 044 258 13 59

Jürg Lindegger
Kundenberater NZZexecutive
und NZZexecutive.ch
jlindegger@nzzmedia.ch
Telefon 044 258 15 39

E-Mail Anzeigenmarkt

anzeigen@nzzmedia.ch

